CONTEXTE D'UTILISATION, CONTEXTE DE COMMUNICATION – LA DOUBLE IDENTITE DU DICTIONNAIRE D'ENTREPRISE

Patrick Leroyer

Institut de langue et de communication d'entreprise

Section de français, Centre de lexicographie

École des Hautes études commerciales de Århus

Århus, Danemark

Henrik Køhler Simonsen

École des Hautes études commerciales de Copenhague

Département d'anglais

Frederiksberg, Danemark

Résumé : la conception du dictionnaire d'entreprise ne peut simplement reposer sur une démarche terminologique classique, mais doit inclure une démarche centrée sur les besoins cognitifs et communicationnels des utilisateurs, c'est-à-dire le contexte d'utilisation, et sur le plan de communication de l'entreprise, c'est-à-dire le contexte de communication. Nous jetterons ici les bases d'une métalexicographie d'entreprise fonctionnelle, et présenterons quelques exemples de solutions lexicographiques et technologiques offrant, grâce aux genres textuels, un accès dynamique aux termes et à leurs contextes.

Mots-clés : dictionnaire d'entreprise, fonctions lexicographiques, genres textuels, contextes dynamiques.

1. INTRODUCTION : ONTOGÉNÈSE DU DICTIONNAIRE D'ENTREPRISE

Les textes spécialisés dans l'entreprise ne relèvent pas seulement du ou des domaines de l'entreprise, mais sont déterminés par l'image de l'entreprise et par toutes les facettes de son métier, et par la multiplicité des points de vue de ses différents locuteurs à l'interne comme à l'externe. Ces textes servent d'instanciations communicatives dans des situations et autour de problèmes de communication spécifiques, et participent simultanément à la construction, à la représentation et à la communication des connaissances de l'entreprise, tandis que leur genèse et leurs modalités d'utilisation restent soumises au management stratégique et au plan de communication de l'entreprise. Ainsi, les textes de la communication *corporate* (relations publiques, communication interne, marketing, responsable, financière, de crise, etc.) sont-ils à inclure dans le champ de ces textes spécialisés. Vecteurs de connaissances selon Lerat (1995), ils sont aussi vecteurs de choix communicatifs valorisants et de messages spécifiques qui les enrichissent de sens. Pour une entreprise fabriquant et commercialisant des pompes par exemple, il va sans dire qu'un dictionnaire d'entreprise (= DE) ne saurait se limiter à un dictionnaire des terminologies des pompes, aussi complet et systématique fût-il.

Que faire dès lors pour fournir une aide optimale aux utilisateurs travaillant dans l'entreprise au moyen d'ouvrages de référence lexicographiques performants ? La conception de tels ouvrages passe nécessairement par une transformation des bases terminologiques maison traditionnellement développées par les entreprises ou par les fournisseurs de systèmes de banques de données terminologiques et de

gestion des contenus. Pour expliquer et illustrer cette transformation, nous présenterons ici les principaux éléments d'une théorie générale de la lexicographie d'entreprise et de sa pratique.

2. MÉTALEXICOGRAPHIE DU DE

Le DE doit être conçu comme un dictionnaire à double contexte de communication et d'utilisation. De communication d'une part, parce que le DE doit enregistrer et représenter systématiquement les textes et les corps de connaissances de l'entreprise, en conformité avec sa politique et son plan de communication. D'utilisation d'autre part, parce que le dictionnaire étant par nature un outil fonctionnel, il doit être conçu pour remplir son objectif canonique qui est de résoudre les problèmes d'utilisateurs spécifiques dans des situations d'utilisation spécifiques, qui travaillent sur des textes – lorsqu'il s'agit de lire, d'écrire ou de traduire – ou sur des connaissances – lorsqu'il s'agit d'apprendre, de comprendre, ou de se documenter. Ce qui est nouveau ici – pour les deux catégories de problèmes – est que l'ensemble des solutions lexicographiques orientées vers les besoins des utilisateurs doivent être développées en conformité avec la politique de communication de l'entreprise. Le dictionnaire doit être bâti comme une base terminologique et textuelle intégrée offrant aux utilisateurs des solutions lexicographiques et politiques aux problèmes s'orientant vers la communication ou vers la connaissance. En ce sens, le DE, qui répond aux besoins de ses utilisateurs individuels tout en restant fidèle à la démarche collective de l'entreprise, est un outil polyfonctionnel à caractère profondément prescriptif, et repose sur les principes axiomatiques de la lexicographie fonctionnelle formulés par Bergenholtz et Tarp (2003), ainsi que Tarp (2001), et attribuant à la lexicographie le statut de science à part entière, l'objet de son étude étant évidemment les dictionnaires.

2.1. Fonctions lexicographiques du DE

Le DE est caractérisé par son contexte d'utilisation, c'est-à-dire les situations d'utilisation et les profils des utilisateurs de l'entreprise. Ces profils complexes se mesurent en termes de compétences, de besoins cognitifs et communicationnels, et en termes de situations d'utilisation du dictionnaire. À ces situations et profils correspondent en effet deux catégories de fonctions et deux scénarios de consultation différents. Les fonctions cognitives d'une part, qui sont orientées vers la connaissance, où l'on consulte le dictionnaire parce qu'il y a quelque chose que l'on ne sait pas, pour connaître le cœur de métier de l'entreprise par exemple, sa politique de communication et sa stratégie, sa gouvernance, sa politique linguistique, ses valeurs fondamentales et ses messages génériques, mais indépendamment de toute activité textuelle. Les fonctions communicationnelles d'autre part, où l'on consulte le dictionnaire parce qu'il y a problème pendant que l'on travaille sur un texte, pour lire, traduire ou produire un texte, pour l'adapter ou le localiser, ou pour transcrire des messages spécifiques tout en respectant les principes de la politique de communication et de la politique linguistique de l'entreprise, le dictionnaire faisant alors office de simple « relais » dans le processus textuel.

2.2. Lexicographie des genres textuels

Ancré dans un contexte spécifique et déterminé par ses fonctions lexicographiques, le DE doit donc tenir compte du métier de l'entreprise, de sa stratégie, de son plan de communication et de ses enjeux, et de ses parties prenantes. La solution fédératrice que nous avons développée consiste à concevoir un dictionnaire basé sur le traitement systématique des genres textuels privilégiés par l'entreprise. Les genres textuels ont en effet trois qualités prescriptives centrales. La qualité « communication de la connaissance », car les genres textuels actualisent des stratégies de simplification et d'explicitation particulièrement appropriées à la fonction apprentissage des langues spécialisées et des connaissances du métier par exemple. Les qualités « innovation » car les genres textuels actualisent les toutes dernières connaissances et expériences de l'entreprise. Les qualités « stratégiques » enfin car les genres textuels actualisent

parfaitement la toute dernière évolution de la communication interne et externe de l'entreprise dans une perspective intégrée de parties prenantes. Concept dynamique par excellence, le genre textuel fait office de pivot cognitif et communicationnel entre le contexte de l'entreprise, sa culture, sa politique et les textes produits par l'entreprise.

L'analyse des genres textuels privilégiés par l'entreprise a donc pour but d'élaborer un modèle de méta-données du genre nécessaires à la gestion des données lexicographiques et des documents qui constituent la base empirique du DE, et à élaborer les principes gouvernant la sélection des données lexicographiques elles-mêmes, extraites de ces mêmes genres. L'analyse des genres est enfin complétée par un audit lexicographique qui permet d'établir l'ordre prioritaire à attribuer aux fonctions lexicographiques du DE, à leur évolution et à leur remise à jour continue.

3. PRATIQUE DU DE

3.1. Pompes : accès aux discours contractuels et promotionnels

Voici, pour le projet d'un dictionnaire français-anglais de l'entreprise Grundfos, constructeur de pompes, un article prototypique démontrant quelques aspects de la démarche pratique, qui laisse une large part à la syntagmatique et à l'alignement des ressources traductiques, et permet à l'utilisateur d'accéder aux discours contractuels et promotionnels de l'entreprise :

pompe de chantier DW	**contractor pump DW**
Les pompes DW peuvent transporter tous les solides pouvant passer par la crépine d'aspiration. La conception compacte de la pompe permet à la fois une installation temporaire et permanente. Grâce aux matériaux légers tels que les composites et l'aluminium, la pompe est facilement transportable. **caractéristiques et avantages** Très robuste grâce au choix de matériaux Maintenance simplifiée **fonction et application** Transfert de liquide dans les applications suivantes : Tunnels Mines Chantiers Carrières Étangs Sites de construction **données techniques** Débit, Q : maxi 300 m^3/h Hmt, H : maxi 100 m CE Temp. du liquide : 0 °C à +40 °C	The DW pumps can handle all solids that can pass through the suction strainer. The compact design makes the pumps suitable for both temporary and permanent installation. As the pumps are made of light materials such as composite and aluminium, they are easy to move from one place to another. **features and benefits** Extremely hard-wearing due to specially selected materials Service-friendly **function and application** The pump is suitable for liquid transfer in Tunnels Mines Quarries Gravel pits Fish ponds Building sites **technical data** Flow, Q: max. 300 m^3/h Head, H: max. 100 m Liquid temp. : 0 °C to +40 °C ▲ Pumps are designed for continuous operation.

▲ Les pompes sont conçues pour un fonctionnement continu. → Illustrations → Fiche technique → Manuel d'installation et de maintenance → Case story	→ Illustrations → Data sheet → Installation and maintenance instruction → Case story

Exemple 1 : Article prototypique du dictionnaire Grundfos français-anglais (source : Grundfos)

Sélection lemmatique et lemmatisation : Pour faciliter l'accès, toutes les pompes de la gamme du constructeur sont sélectionnées et lemmatisées conformément à leur désignation et à leur classification au sein du groupe. La macrostructure du dictionnaire, du moins en ce qui concerne les modèles de la gamme, reprend alors la forme du répertoire de catalogue.

Champs d'indication : Les champs d'indication de la microstructure incluent une définition à caractère fonctionnel, une rubrique avantages, une rubrique application, des données techniques, les collocations sous forme propositionnelle, et un champ de renvois sous forme de liens aux documents associés dans les deux langues ainsi qu'aux illustrations contenant également la nomenclature des pièces. Les champs d'indication regroupent des données permettant de desservir les fonctions traduction et connaissance du produit. Les données phraséologiques et syntagmatiques sélectionnées sont caractérisées par la double représentation d'unités provenant à la fois de discours contractuels (contenant les unités terminologiques classifiantes) et de discours promotionnels (contenant les arguments et propositions de vente etc.) selon la terminologie proposée par Cortès (2004) et reprise dans Leroyer (2005b). Toutes les données lexicographiques sont par ailleurs extraites des genres de la notice technique et de la rubrique catalogue, ainsi que du genre des « case stories » ou projets, qui sous forme narrative mettent en scène les scénarios de fourniture du modèle spécifique à des clients spécifiques. Au total, la structure de distribution des données lexicographiques démontre qu'il n'est pas nécessaire, comme le fait Wiegand (1994), d'opérer une distinction mouvante entre représentation de connaissances sémantiques et de connaissances encyclopédiques. Pour l'utilisateur du dictionnaire d'entreprise, seule la fonction lexicographique importe. La subdivision de l'article en champs fonctionnels facilite l'accès interne, et permet simultanément de réduire les coûts d'information lexicographique.

3.2. Éoliennes : Accès aux stratégies rhétoriques et aux objectifs de communication

Tous les genres textuels sont naturellement structurés en séquences de macrotraits linéaires, obligatoires et constitutifs du genre, qui facilitent grandement le découpage et le balisage des genres textuels en macrosegments textuels correspondants. Ces segments constituent la base de sélection des exemples textuels, dont les règles ont été formulées dans Leroyer (2002, 2005a) : il s'agit dès lors d'appliquer une grille d'analyse communicative des différents genres de l'entreprise, et de repérer les segments mettant en scène les stratégies rhétoriques privilégiées par l'entreprise. Dans un communiqué de presse mentionnant la défaillance d'une éolienne par exemple, où l'incident serait le résultat d'une maintenance déficiente, on isolera la section centrale du communiqué explicitant la stratégie de communication de crise qui consiste en la matière à nier la responsabilité du constructeur ; les balises < dénégation > permettront alors à l'utilisateur du DE de retrouver tous les contextes argumentatifs pertinents dans une situation de crise similaire, et donc de faciliter la production de texte et la formulation et transcription des messages appropriés (voir exemple 2 ci-dessous).

Le lundi 9 septembre 2002, une rupture de l'arbre principal sur un aérogénérateur de 500 kW doté d'un rotor de 43 mètres de diamètre a été rapportée sur une turbine installée en Allemagne depuis 1996.

Cet incident n'a fait aucune victime et n'a causé aucun dommage corporel. < dénégation > *Une enquête sur site a révélé que la rupture était clairement induite par une procédure de réparation déficiente causant un affaiblissement du matériau de l'arbre principal et d'une qualité inadéquate de l'intervention elle-même… Cet incident est clairement isolé…*<dénégation > *[…]*

Exemple 2 : Extrait de communiqué de presse (Source : Vestas)

Il va sans dire que la même démarche s'applique à tous les genres textuels privilégiés par l'entreprise, dans lesquels les stratégies rhétoriques peuvent être facilement identifiées et indexées au moyen de raffinements des méta-données descriptives des genres textuels. Il en va de même pour l'indexation des objectifs de communication inscrits dans les messages génériques de l'entreprise – reconnaissance, notoriété spontanée, valeurs de la marque, justification des promesses, etc. – dont les étiquettes descriptives peuvent être fournies par les grilles d'analyse établies par Libaert (2005) pour la communication d'entreprise, et par Bhatia (2004) pour l'analyse des discours écrits.

4. PILOTAGE DU DE

Le DE n'est pas seulement un outil lexicographique polyfonctionnel, c'est aussi un outil stratégique pour l'entreprise. La conception et l'utilisation du DE doivent être basées sur un ensemble de décisions stratégiques cruciales gérant la prise en compte de toutes les parties prenantes. Préalablement à la prise des décisions lexicographiques, il est nécessaire de conduire une analyse poussée de la configuration des parties prenantes et des priorités lexicographiques à accorder : représentation des champs d'activités, et représentation des champs d'application des langues utilisées au sein de l'entreprise et par ses filiales internationales en particulier. Cette analyse doit inclure des enquêtes préconceptuelles et des tests pilote au niveau des utilisateurs aussi bien qu'au niveau de la direction de l'entreprise, voir aussi Simonsen (2002b), qui discute le choix des méthodologies à mettre en œuvre aux différents stades d'un projet de DE. Dès lors que les parties sont impliquées dans le projet de DE et que leur expertise est exploitée au bon moment, le DE ne s'inscrit pas seulement dans l'organisation de l'entreprise, mais devient également un véritable outil de création de valeur pour les utilisateurs et pour l'entreprise.

Ce qui importe en lexicographie d'entreprise est de permettre aux utilisateurs de partager leurs connaissances et de commenter les formes (conception du système) et les contenus (données lexicographiques). Il s'agit donc bien d'établir une véritable communauté d'utilisateurs et d'éditeurs, voir à ce sujet Simonsen (2002a et 2002b) pour la définition des concepts de « participation des utilisateurs » et de « démocratie lexicographique » à tous les niveaux de conception et de gestion du projet de DE.

4.1. Un outil prescriptif et politique

Nous recommandons que les contenus du DE soient résolument prescriptifs, et qu'ils revêtent un aspect normalisateur en vue de supporter, faciliter et expédier la communication d'entreprise, en conformité avec la politique linguistique de l'entreprise et sa politique de communication, *cf.* à ce sujet Leroyer (2005a).

Suite à l'audit lexicographique, nous recommandons en outre que les règles s'appliquant à la mise en œuvre de la politique linguistique et de la politique de communication soient intégrées dans le DE. Dans la pratique, ceci revient à l'utilisation de référentiels de méta-données du système de gestion des contenus telle que celle-ci est expliquée dans Simonsen (2005), ou bien, plus simplement, à la mise en place d'hyperliens spécifiques reliant les articles et composants internes et externes du dictionnaire aux éléments des plans et codes de l'entreprise correspondant. En ce sens, le DE se dote d'une dimension politique explicite.

4.2. Technologie du DE

La construction du DE impose le choix de solutions technologiques appropriées. La meilleure solution consiste à utiliser la plate-forme intranet de l'entreprise comme support du dictionnaire, puisque la plupart des entreprises sont dotées d'un intranet, et que tous les employés y ont accès et sont familiarisés à son utilisation quotidienne. De plus, l'intranet est protégé par un coupe-feu protégeant les données sensibles. Nous recommandons également l'utilisation de pages ASP dynamiques associées à de puissantes bases de données relationnelles pour la saisie, l'extraction, la suppression et la remise à jour des données à partir des pages dynamiques. Nous préconisons finalement l'utilisation d'un système de gestion des contenus permettant à l'éditeur en chef et aux éditeurs délégués de gérer la configuration des droits d'accès des différents types d'utilisateurs dans l'optique d'une lexicographie véritablement participative selon Humbley (2002). Finalement, la gestion des contenus sera régie par un référentiel de méta-données respectant les taxinomies de l'entreprise (hiérarchie, services, produits, etc.) et ses productions textuelles (genres et exemples textuels extraits de ces genres). L'architecture du module d'entrée du DE est illustrée dans la figure 1 ci-dessous.

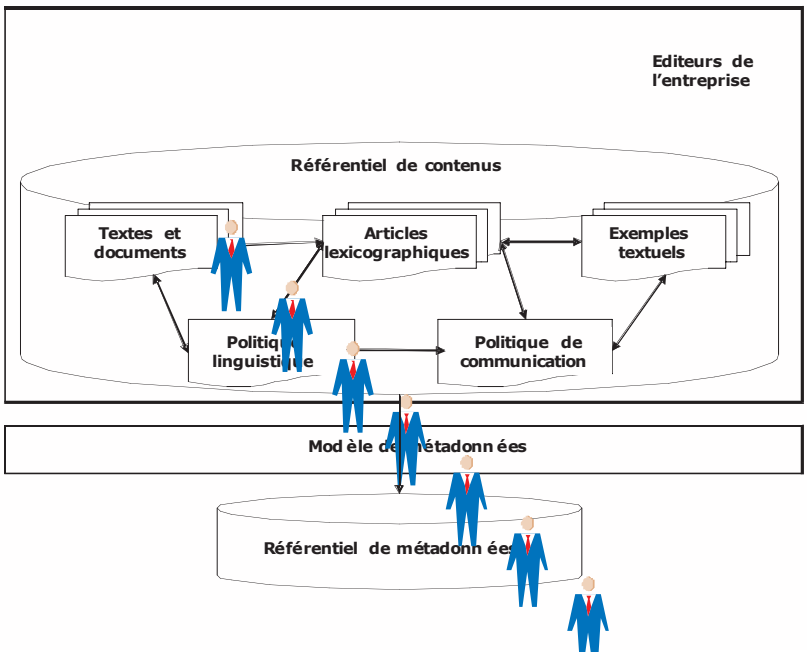


Figure 1 : Architecture du module d'entrée

Les documents créés étant encodés au format XML et automatiquement dotés de méta-données descriptives, il suffit alors aux auteurs et éditeurs d'assigner à ces mêmes documents un jeu de méta-données automatiquement proposé par le modèle du DE sous forme de menu déroulant. Les quelques minutes attribuées à cette tâche sont à terme génératrices de forts gains de temps pour l'éditeur en chef du DE.

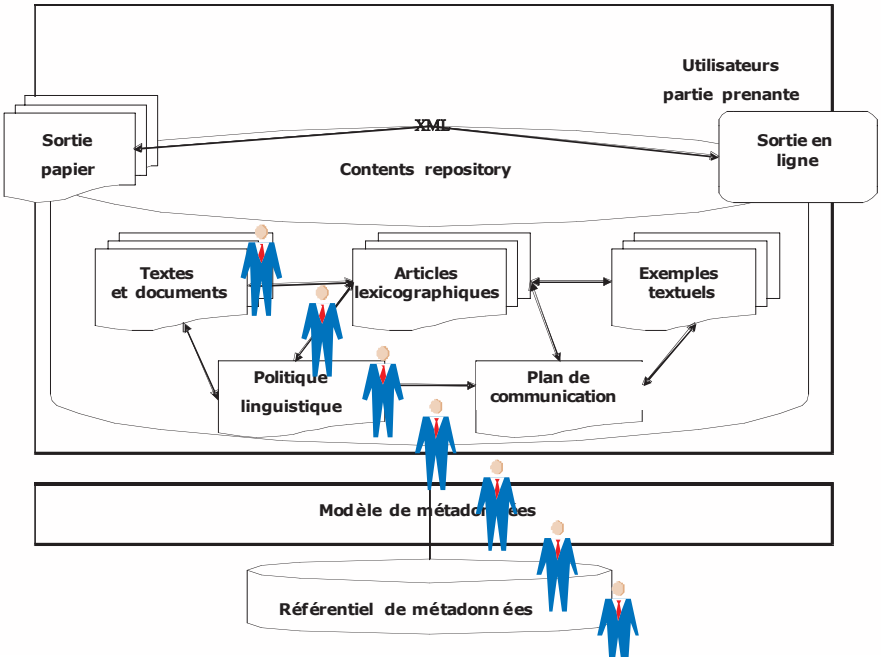


Figure 2 : Architecture générale du module de sortie

Le module de sortie (figure 2 ci-dessus) est conçu pour afficher les résultats de requête suivant les options et critères de recherche retenus par l'utilisateur, en ligne ou sur formulaire imprimé, grâce à la mise en relation structurée des différents modules par le biais des méta-données du modèle et du référentiel.

L'exploitation optimale du système de gestion des contenus nécessite également la reprise de l'existant : les documents candidats non codés seront alors encodés et sauvegardés au format XML. Nous proposons une démarche semi-automatique permettant d'assigner à chaque document un jeu de méta-données fournies par le modèle.

4.3. Organisation du DE

Le DE doit être ancré au plus haut niveau de la direction de l'entreprise. Du point de vue organisationnel, nous proposons que l'éditeur en chef du DE soit placé dans le département de la communication et dépende directement du directeur de la communication. L'éditeur en chef désignera les experts ou éditeurs des différents départements, y compris les experts internationaux des filiales ou des partenaires de l'entreprise, à qui il appartient de valider les données encyclopédiques et linguistiques. La décision finale concernant la mise en relation des données lexicographiques aux documents, genres, et fragments de genres sous forme d'exemples textuels appartient à l'éditeur en chef. Cette philosophie de délégation lexicographique dans la création, la diffusion et le partage des connaissances est conforme aux principes établis par Nonaka (1994).

L'architecture modulaire présentée dans les figures 1 et 2 ci-dessus permet également de piloter la hiérarchisation des droits de rédaction, d'utilisation et de gestion du DE conformément à la politique organisationnelle de l'entreprise et à sa politique de sécurité de l'information. Dans l'ordre croissant, on aura ainsi : utilisateurs enregistrés, auteurs, éditeurs, publicateurs, managers, administrateurs et super-administrateurs.

4.3. Accès dynamique aux corpus, aux contextes et au web

Les principes d'accès dynamique aux corpus ont été développés dans Simonsen (2002a) pour la construction et l'installation du DE bilingue « TeleLex », destiné aux employés de TDC, premier opérateur téléphonique danois. TeleLex permettait déjà aux utilisateurs du dictionnaire de consulter directement et dans les deux langues les corpus alignés sous-jacents (DANCORP et USCORP) constituant la base empirique du dictionnaire, tout en démarrant automatiquement un concordancier à partir de l'article du dictionnaire.

Ces principes ont été repris et raffinés dans la conception et dans la compilation de ZooLex, un DE multilingue destiné aux utilisateurs du jardin zoologique de Copenhague (voir l'appendice 1, qui présente des captures d'écran illustrant les différentes options d'accès aux contextes). Dans la pratique, les utilisateurs consultant les articles de ZooLex disposent d'un accès structuré à l'information contextuelle stockée et indexée sur le serveur de l'intranet du zoo – dans les lettres d'information par exemple pour la communication marketing – de même qu'ils peuvent à tout moment consulter directement, à partir des articles du dictionnaire, les grands corpus de langue générale danois (Korpus 2000) et britannique (British National Corpus), ou bien lancer une recherche sur Google en double cliquant sur les termes ou les collocations.

4.4. Métadonnées et interface

Nous proposons que l'utilisateur dispose d'options de recherche avancées pour accéder aux documents et aux exemples textuels indexés sur la base des genres textuels, du récepteur, du type de projet, etc. Ceci nécessite le recours à un modèle de méta-données qui seront assignées manuellement, semi-automatiquement ou automatiquement aux documents en conformité avec la taxinomie de l'entreprise.

Le modèle (voir appendice II en anglais) est dérivé du « Dublin Core » et comprend deux catégories de méta-données, avec leurs éléments et leurs raffinements au niveau des genres textuels : méta-données cycle de vie et méta-données classifiantes permettant d'identifier efficacement les différents contextes dynamiques. On y retrouve en effet toutes les catégories mises en place par « l'initiative Dublin Core » (titre, créateur, sujet, description, publicateur, contributeur, date) et de nouveaux raffinements (type de texte, situation de communication). Une fois mis en place, le recours aux méta-données permet à l'utilisateur de lancer au moyen d'un simple menu déroulant des recherches précises, et de demander au moteur du DE de retrouver tels genres de textes, tels auteurs, tels contenus reliés à tel projet, ou bien telles exemplifications de stratégies spécifiques de communication *corporate* grâce au découpage et au balisage des genres textuels en macrosegments comme il a été démontré plus haut.

Conformément à la philosophie fonctionnelle du DE, l'interface de requête doit finalement proposer à ses utilisateurs des options de recherche et d'affichage à géométrie variable et individualisées, avec une disposition dynamique des pages écran facilitant l'accès selon les besoins.

5. CONCLUSION

« La plus grande force d'un dictionnaire se situe au niveau du mot. Au niveau de la collocation et de l'idiome, un dictionnaire peut rester un outil utile. Au niveau de la phrase, son utilité est déjà très limitée, mais au niveau textuel il n'a plus aucune utilité. »

On a longtemps estimé, comme Tarp (1999) cité ici, que les dictionnaires étaient logiquement basés sur l'inventaire et la description systématique et exhaustive des unités lexicales ou terminologiques. Et que les dictionnaires étaient incapables d'opérer au niveau textuel. En ce sens, les contextes venaient enrichir et affiner les descriptions adaptées aux besoins des utilisateurs mais ne constituaient pas, faute d'accès, des données lexicographiques et des champs d'indication en tant que tels.

La théorie et la pratique du DE que nous avons brièvement introduites ici illustrent la démarche inverse. Les fonctions lexicographiques sont dérivées des besoins textuels des utilisateurs dans le contexte de communication de l'entreprise. Ce sont les textes, dont la création et l'utilisation sont régies par la reconnaissance et par la prédictibilité énonciative des genres textuels, qui doivent encadrer toute entreprise lexicographique ou terminologique au sein de l'entreprise. Les utilisateurs en effet n'ont pas seulement besoin des termes et des relations conceptuelles qui en modélisent le sens ; ils ont aussi besoin des textes et des contextes qui correspondent parfaitement à l'usage et à l'actualisation de ces termes. Les traducteurs en particulier, c'est un truisme de le dire, ne traduisent pas des termes, mais des textes. Dans le DE, l'intégration dynamique des genres textuels comme base empirique et structurante du dictionnaire permet de refléter la réalité opérationnelle et prescriptive de l'entreprise, conformément à son contexte d'utilisation et de communication et de mieux répondre fonctionnellement parlant aux besoins spécifiques des utilisateurs en exploitant les potentiels des dernières technologies de l'information et de la communication. Dans son ontogénèse, le DE a ainsi pour vocation et mission de consacrer le mariage des sciences du langage, de la communication d'entreprise et de la lexicographie fonctionnelle au profit de ses utilisateurs.

Bibliographie

Bergenholtz (H.), Tarp (S.), 2003 : « Two opposing theories : On H.E. Wiegand's Recent Discovery of Lexicographic Functions », dans *Hermes Journal of Linguistics* 31, p. 171-196.

Bhatia (V. K.), 2004 : *Worlds of Written Discourse*, London and New York, Continuum.

Cortès (M.), 2004 : « Terminologie et syntaxe de la classifiance », dans Cortès (C.), éd., dans *Des fondements théoriques de la terminologie*, Cahier du CIEL. 2004, Paris, Université de Paris 7, Denis Diderot, UFR Eila.

Humbley (J.), 2002 : « Nouveaux dictionnaires, nouveaux rapports avec les utilisateurs », dans *Meta* XLVII, 1, p. 95-104.

Lerat (P.), 1995 : *Les langues spécialisées*, Paris, Presses Universitaires de France.

Leroyer (P.), 2002 : *Les Exemples Textuels Unificateurs. Fondements et Applications pour le Dictionnaire de Traduction Technique*, Århus, The Århus School of Business.

Leroyer (P.), 2003 : « Dictionnaire d'entreprise : L'exemple des éoliennes », dans Szende (T.), éd., *Actes des journées de lexicographie bilingue, Inalco*, Paris, H. Champion, p. 395-407.

Leroyer (P.), 2005a : « Bringing corporate dictionary design into accord with corporate image : From words to messages and back again », dans Gotlieb (H.) et Mogensen (J. E.), éd., *Dictionaries, Lexicographical options and User Needs*, John Benjamins Publishing Company, Terminology and Lexicography Research and Practice, Amsterdam, (à paraître).

Leroyer (P.), 2005b : « Terminologi, se leksikografi, leksikografi se ordbog », [compte rendu de] Cortès (C.), éd., *Des fondements théoriques de la terminologie*, Cahier du Ciel 2004, Paris, Université de Paris 7, Denis Diderot, UFR Eila, dans LexicoNordica 12, (à paraître).

Libaert (T.), 2003 : *Le Plan de communication. définir et organiser votre stratégie de communication*, Paris, Dunod.

Nonaka (I.), 1994 : « A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation », dans *Organization Science/vol. 5, N° 1*., p. 14-37.

Simonsen, (H. K.), 2002a : « *TeleLex – Theoretical Considerations on Corporate LSP Intranet Lexicography : Design and Development of TeleLex – an Intranet-based Lexicographic Knowledge and Communications Management System* », Århus, École des hautes études commerciales de Århus.

Simonsen, (H. K.), 2002b : « User Involvement In Corporate LSP Intranet Lexicography », dans Gotlieb (H.), Mogensen (J. E.) et Arne Zettersten (A.), éd., *Proceedings of The Eleventh International Symposium on Lexicography, May 2-4, 2002 at the University of Copenhagen*, Lexicographica, Series Maior 115, p. 489-509.

Simonsen, (H. K.), 2004 : « Nine Key Principles on Corporate LSP Intranet Lexicography », dans *Proceedings of the Eleventh Euralex International Congress, 6-10 July 2004*, Université de Bretagne Sud, Lorient, vol. 2, p. 603-613.

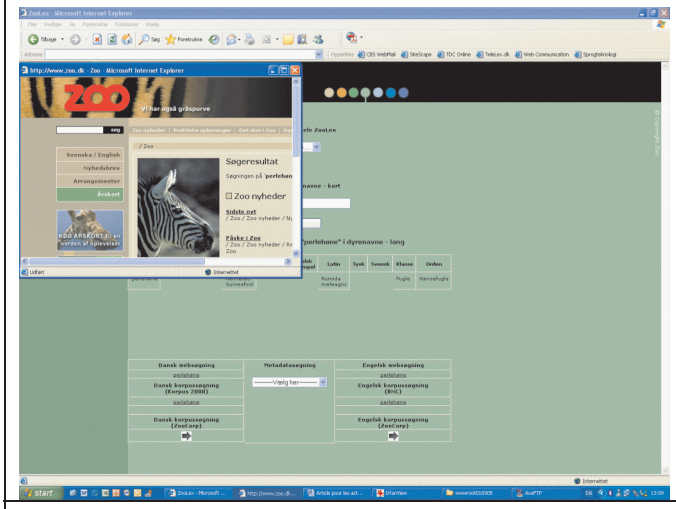
Simonsen, (H. K.), 2005 : « Corporate Communication and Corporate Lexicography : A Value-Adding Combination », dans *Proceedings of 7 th European Convention – Business Communication : Making an Impact, May 2005,* Copenhagen Business School (à paraître).

Tarp (S.), 2001 : « Lexicography and the linguistic concepts of homonymy and polysemy », dans *Lexicographica* 17 : 22-39.

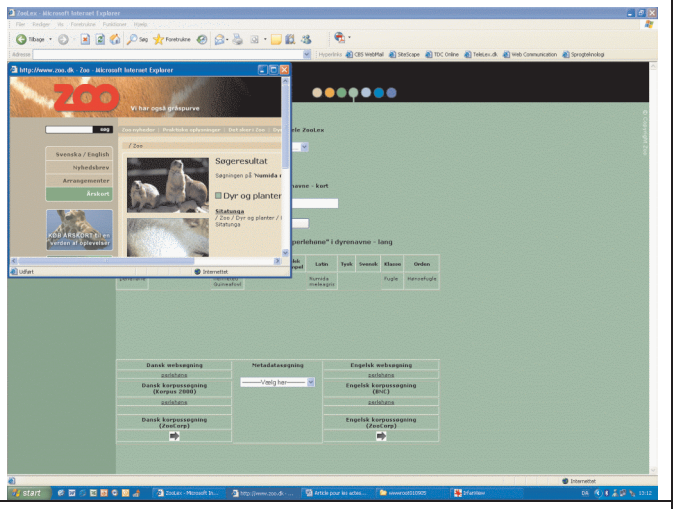
Wiegand (H. E.), 1994 : « Zur Unterscheidung von semantischen und enzyklopädischen Daten in Fachwörterbuchern », dans Schaeder (B.) et Bergenholtz (H.), éd., *Fachlexikograhie, Fachwissen und seine Repräsentation in Wörterbüchern*, Tübingen, Gunter Narr Verlag, p. 103-159.

Appendice 1 – Captures d'écran du dictionnaire ZooLex

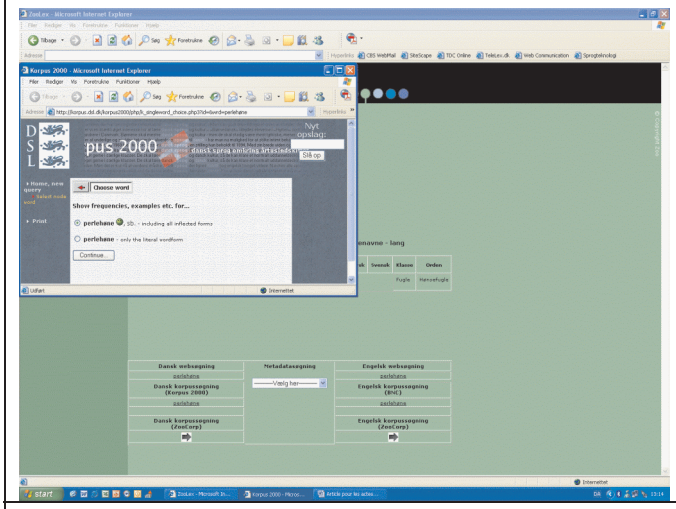
ZooLex – Popup Document Search (Lexical Item)



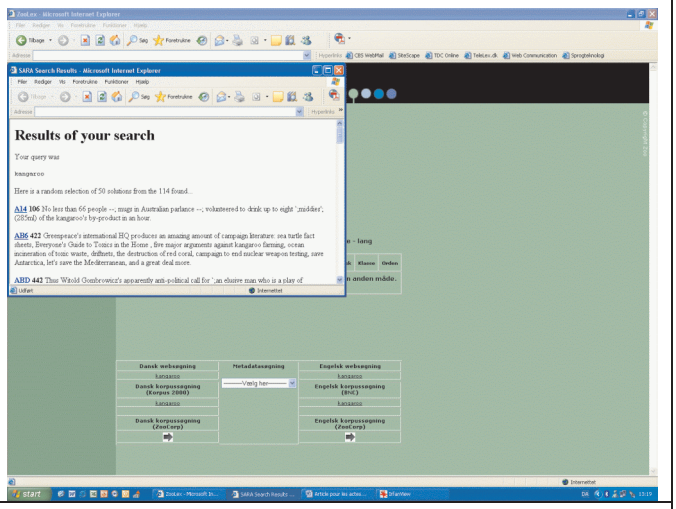
ZooLex – Popup Document Search (Multiword Lemma)

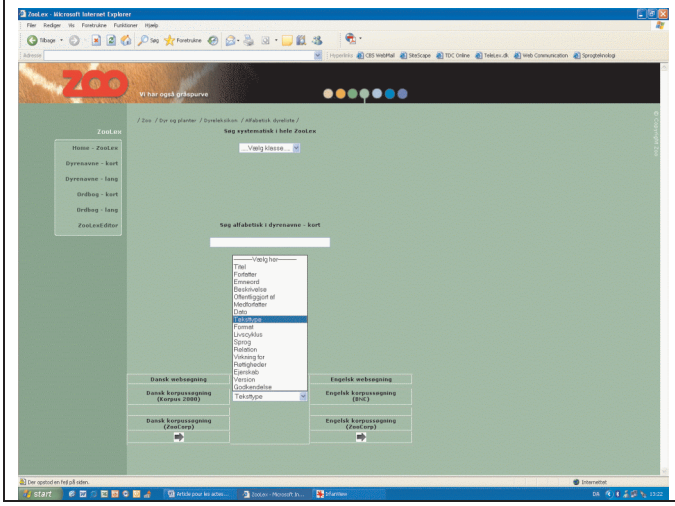


ZooLex – Danish Corpus Search – Korpus 2000



ZooLex – English Corpus Search – BNC



ZooLex – Metadata Search	
	

Appendice 2 – Modèle de méta-données du DE

Page title : (Automatic entry of default value describing the title of the resource)	
Alternative title : (Manual entry of other titles than the main title)	
Creator : (Automatic entry of default value describing the name of the author or company responsible for the creation of the content – last name – first name – e-mail)	
Subject : (Manual entry of subject keywords describing the content)	
Subject : (Semi-automatic selection of taxonomy keywords from pre-defined schemes)	----------Select keyw ords----------
Description : (Manual entry of abstract or content description of ressource)	
Publisher : (Automatic entry of default value describing the name of the business unit, department, division, or function)	
Contributor : (Manual entry of people or organizations, who have contributed to the resource in question)	
Date : (Automatic entry of default 8-digit number describing the date on which the resource was published)	
Text Type : (Semi-automatic entry of the category or genre of the resource in question, for example technical report, press release, marketing material etc.)	----------Select text type----------
Communication situation : (Semi-automatic entry of the communication situation where the resource is to be used)	----------Select text type----------
Format : (Automatic entry of default value describing the format of resource, for example.htm,.html,.doc,.pdf, etc.)	
Life-cycle : (Manual entry of lifecycle data describing what to do with the resource when the cutoff data is exceeded)	
Language : (Semi-automatic entry of the language of the content)	----------Select language----------

Relation : (Manual entry of relation to other resources)	
Coverage : (Manual entry of the spatial, organizational, and temporal characteristics for the resource in question)	
Rights : (Automatic entry of default value describing the copyright rules of the resource)	
Ownership : (Manual entry of ownership data on read/write rights)	
Version : (Semi-automatic entry of version of resource)	----------Select version type----------
Approval : (Semi-automatic entry of approval workflow – who is responsible for the approval and publication)	----------Select w orkflow ----------